

[19]中华人民共和国国家知识产权局

[51]Int. Cl⁷

G06F 17/60

[12] 发明专利申请公开说明书

[21] 申请号 00107848.8

[43]公开日 2001年10月3日

[11]公开号 CN 1315709A

[22]申请日 2000.6.20 [21]申请号 00107848.8

[30]优先权

[32]2000.3.31 [33]KR [31]17057/2000

[71]申请人 未来流通网株式会社

地址 韩国汉城

[72]发明人 崔圣元

[74]专利代理机构 永新专利商标代理有限公司

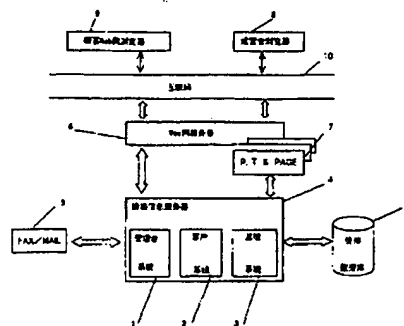
代理人 黄剑锋

权利要求书 2 页 说明书 16 页 附图页数 7 页

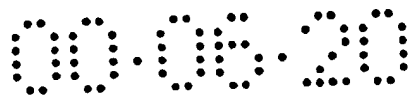
[54]发明名称 一站式市场流通信息系统

[57]摘要

本发明公开的一站式市场流通信息系统,当互联网主页客户想要获得自己所需的市场流通交易信息时,与管理者的主系统相连接,选择所需的菜单,即可获得一种生动的信息,其提供客户希望购买的物品在哪个商店按照什么条件可以买到,并且,其最佳条件的流通信息按照地区、企业和商品价格分别进行了具体整理。



ISSN 1008-4274



权 利 要 求 书

1、一站式市场流通信息系统，其特征在于经过以下阶段：

对在全国各地区内形成的批发、零售市场（百货店、减价店、便利店、超市、传统市场）的消费者流通信息进行调查的专业监控员们，分别按照在规定的的工作地的流通商内作为批发、零售进行交易的批发、零售商品种类，对流通商品的价格信息进行记录收集，并在截止时间之前将其传送到管理者系统中；

经过由管理者系统对上述收集传送来的批发、零售流通信息进行确认的阶段，在监控画面上利用文字来对统一条件下的比较价格进行整理，在截止时间之前将其登录存储到数据库内；

上述登录存储的批发、零售流通信息，在从联机时间起到截止时间止的期间内可由客户系统利用互联网通信将其输出提供在监控画面上。

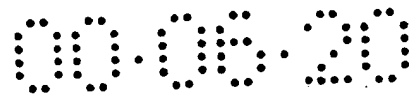
2、如权利要求 1 所述的一站式市场流通信息系统，其特征在于：具有以下阶段：在各地区内分别各选择 2 个规模最大或最受欢迎的流通商，收集上述批发、零售市场的流通信息，以便客户容易理解商品购买条件的价格差，并能在有利条件的地区和企业内买到所需的商品；

在上述被选定的该流通商中选定客户（消费者）需要量大的常用的商品进行消费者购买价格调查，以便对生产和供应该商品的制造企业的价格能在统一条件下进行比较；

对于种类相同但用量不同的商品，在统一条件下对用量和价格进行记录和登录，以便客户能在统一条件下对价格进行比较。

另外，通过上述阶段，客户系统与具有互联网通信的管理者系统相连接，即可提供已登录存储的流通信息。

3、如权利要求 1 或 2 所述的一站式市场流通信息系统，其特征



在于具有以下阶段：

上述监控员，是在录用了知识能力很强的高学历人员之后在一定期限内通过计算机终端操作能力和现场学习培训程序对其进行培训，使其成为专业监控员。

按照分别分配给上述监控员的流通信息调查地区、流通商和商品类别，赋予每个监控员 ID，使其不能侵犯和干预其他监控员的区域，并将监控员登录在管理者系统内，

通过上述各阶段，向客户（消费者）提供能按统一条件来对批发、零售市场的流通物价进行比较的流通信息。

4、如权利要求 1 或 2 所述的一站式市场流通信息系统，其特征
在于：

上述监控员按 3 人（3 人以上 5 人以下）1 组进行编队，以便能够一边在规定的流通商内各自进行不同的商品种类的调查，一边互相监督监控职务的诚实度。

5、如权利要求 1 或 2 所述的一站式市场流通信息系统，其特征
在于：上述一站式市场信息系统具有：

管理者系统（1），用于登录和管理流通信息；

客户系统（2），用于在终端机画面上输出和提供与互联网通信相连接进行管理的批发·零售流通信息，以及

监控系统（3），用于在全国各地区、各流通商、各商品种类、各制造业的批发、零售现场收集市场流通信息，并将其登录在具有互联网通信的上述管理者系统（1）内。



说明书

一站式市场流通信息系统

本发明涉及一站式市场流通信息系统 (One stop market distribution information system), 其使客户 (消费者) 通过连接互联网能了解市场上形成的不同地区、不同企业、不同商品的价格等市场流通物价信息。

更具体来说, 本发明是在下列情况下通过互联网与管理者系统相连接, 即可具体地掌握客户希望了解的全部市场流通信息, 该情况是指:

要购入某商品的消费者希望知道自己要购入的商品在何处能廉价购入的信息时;

以大型百货商店为首, 有名的减价商店和便利商店希望了解自己的竞争对手即其他流通商对同一商品采用什么样的流通条件时;

向各流通商提供同一商品的制造厂家希望了解自己的商品在什么地区以什么条件进行交易等有关信息时; 以及

流通商需要掌握竞争对手的商品采购和销售库存、制造厂家需要掌握自己已交货商品的库存在该商家尚余多少时。

为实现上述目的本发明, 经过下列各个阶段后, 从联机时间起把流通价格信息提供给与互联网相连接的客户们, 这些阶段是:

为了有效而具体地提供以分布在全国各地区的大型百货商店为主, 有名的减价商店、便利商店、市场中交易的消费者商品的种类和库存量每天变化而形成的流通信息, 挑选和招聘在这一方面知识能力强的人员的阶段、

对上述被挑选招聘来的人员按公司规定的期限进行专业培训, 使其掌握调查流通价格的要领和对获得的信息进行监控的方法, 培

养成专业监控员的阶段、

对监控职员按 3 人 1 组进行编队，选择出在全国各地生意兴隆的流通业者，对热销商品的销费者价格 1 天调查 2 次以上，把获得的价格信息通过监控系统传送输入到与互联网相连接的管理者系统内的阶段、以及

利用管理者系统来检查确认从上述监控系统传送来的流通价格信息，整理成统计比较表后，进行截止（全部关闭）的阶段。

人们知道，最近以无线通信机为主利用计算机终端机的互联网信息通信迅猛发展，利用有线、无线通信的各种信息通过通信公司提供给客户。

但是，象这样提供的过去的信息等，是单纯地由客户与互联网相连接，购买商品的互联网购物，或者是与流通价格毫无关系的信息，只不过是提供和传送各个行业（领域的业者）为有利于自己的公司而进行了加工的信息。所以，事实上，对寻求按有利条件购买优质商品的消费者，不能提供与商品购买的价格信息有关的具体而准确的信息。

所以，互联网客户站在消费者的立场上，虽然通过互联网信息通信公司能了解大型百货商店或有名的减价商店等现在的销售情况是否冷清以及自己所需商品的购买流通价格信息，但互联网客户更习惯于利用各地区的大型百货店、有名的减价商店制作和散发的简单广告传单和小册子来获取信息。

这样，用上述方法获得的信息在经过了一天以上的状态下对市场进行观察时，该商品已售完或者交易的内容差别很大，在此情况下取得的信息已完全不能利用，所以，其结果是不能满足消费者购物的要求。

另一方面，可以看出，从国家一级来看，也是如此，政府周期性地或在每次情况转变时，大力调查市场物价，发表该统计资料，

但发表的这种统计内容事实是在几乎没有进行现场调查的状态下发表的，所以，发表的情况与现实有很大不同。

可以看出，产生这种问题是因为国家预算情况未达到这样充足的条件，即能为市场调查向全国有名的百货商店、减价商店、市场派出大量人员调查流通市场状况。

换句话说，因为政府的物价统计指数负责人依靠少数人员不能在不同地点不同时间带同时调查出许多物价，所以，有代表性地选择出几个以大型百货商店为首的有名减价商店和市场，对消费者流通价格进行调查后，根据该资料，编制物价交易指数表予以发表，有时在对市场调查失去信心的情况下从各个领域的业者要来代表性资料，编制出统计指数表予以发表，所以，不能指望政府发表的物价指数有多高的正确性。

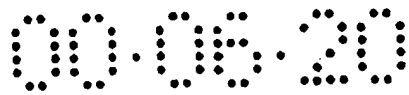
这样的问题，虽然每年制订国家预算方案，但无法制订出能使国民认可的正确预算，造成人们对统计的发表不信任的问题。而市场流通物价信息与国民生活有密切的关系，以此推测，可以看出：产生的问题只能是国民不信任政府发表的物价指数。

所以，为了解决上述问题，本发明的目的是提供一站式市场流通信息系统，其从星期一到星期五每天具体而准确地收集那种分布在全国各地区的以大型百货商店为首的有名减价商店以及便利商店、市场上形成的消费者市场流通物价，将该信息广泛地提供给互联网主页客户。

为达到上述目的，本发明采取以下技术方案：

一站式市场流通信息系统，其特征在于经过以下阶段：

对在全国各地区内形成的批发、零售市场（百货店、减价店、便利店、超市、传统市场）的消费者流通信息进行调查的专业监控员们，分别按照在规定的的工作地的流通商内作为批发·零售进行交易的批发、零售商品种类，对流通商品的价格信息进行记录收集，并在



截止时间之前将其传送到管理者系统中;

经过由管理者系统对上述收集传送来的批发、零售流通信息进行确认的阶段,在监控画面上利用文字来对统一条件下的比较价格进行整理,在截止时间之前将其登录存储到数据库内;

上述登录存储的批发、零售流通信息,在从联机时间起到截止时间止的期间内可由客户系统利用互联网通信将其输出提供在监控画面上。

所述的一站式市场流通信息系统,其特征在于:具有以下阶段:在各地区内分别各选择 2 个规模最大或最受欢迎的流通商,收集上述批发、零售市场的流通信息,以便客户容易理解商品购买条件的价格差,并能在有利条件的地区和企业内买到所需的商品;

在上述被选定的该流通商中选定客户(消费者)需要量大的常用的商品进行消费者购买价格调查,以便对生产和供应该商品的制造企业的价格能在统一条件下进行比较;

对于种类相同但用量不同的商品,在统一条件下对用量和价格进行记录和登录,以便客户能在统一条件下对价格进行比较。

另外,通过上述阶段,客户系统与具有互联网通信的管理者系统相连接,即可提供已登录存储的流通信息。

所述的一站式市场流通信息系统,其特征在于具有以下阶段:

上述监控员,是在录用了知识能力很强的高学历人员之后在一定期限内通过计算机终端操作能力和现场学习培训程序对其进行培训,使其成为专业监控员。

按照分别分配给上述监控员的流通信息调查地区、流通商和商品类别,赋予每个监控员 ID,使其不能侵犯和干预其他监控员的区域,并将监控员登录在管理者系统内,

通过上述各阶段,向客户(消费者)提供能按统一条件来对批发、零售市场的流通物价进行比较的流通信息。

所述的一站式市场流通信息系统，其特征在于：

上述监控员按 3 人（3 人以上 5 人以下）1 组进行编队，以便能够一边在规定的流通商内各自进行不同的商品种类的调查，一边互相监督监控职务的诚实度。

所述的一站式市场流通信息系统，其特征在于：上述一站式市场信息系统具有：

管理者系统 1，用于登录和管理流通信息；

客户系统 2，用于在终端机画面上输出和提供与互联网通信相连接进行管理的批发、零售流通信息，以及

监控系统 3，用于在全国各地区、各流通商、各商品种类、各制造业的批发、零售现场收集市场流通信息，并将其登录在具有互联网通信的上述管理者系统 1 内。

为实现上述目的本发明，其特征在于通过下列 4 个阶段来提供流通信息。这些阶段是：

第 1 阶段，对知识能力强的人员（以大学毕业生为准）进行一定期限的培训，将其培养成专业市场调查监控人员；

第 2 阶段，把这些监控人员按 3 人 1 组派出到全国有名百货商店和减价商店及市场上，使其在现场按地区、行业、商品类别分别每天直接调查各类商品消费者价格 2 次以上，在截止时间以前把该流通信息传送输入到流通信息收集/提供公司的管理者系统中；

第 3 阶段，在管理者系统中按地区、行业、商品种类和价格分别对监控人员传送来的流通信息进行整理，编制出价格比较对比表。每天下午 2 时设定为价格比较表截止时间（截止时间可任意设定），登录存储到数据库 4 内；以及

第 4 阶段，上述已登录存储的流通信息，从被设定为当日联机时间的下午 3 时（联机时间可任意设定）起提供给与互联网相连接的客户。

本发明的效果:

对于分布在各地方各地区的生意兴隆的百货店和流通商等流通市场上所形成的消费者商品购买价格, 由受过专业培训的专业监控员按 3 个 1 组在各地方各地区按照流通商和商品种类分别每天进行 2 次以上的正确调查, 这样调查出的流通信息通过互联网能很容易地提供给客户, 使客户(消费者)能从有利的企业廉价买到优质商品;

上述流通信息对流通行业很有帮助, 因为能够获得其他流通商的与消费者价格有关的信息, 所以该信息能反映在将其他企业的流通信息考虑后制定的销售战略中。

开展流通商之间的善意竞争, 能降低市场流通物价, 抑制物价上涨;

对政府来说, 尽管仅仅依靠很少的互联网通信人员, 也能提供由许多人每天同时在全国各地对百货店和减价店、便利店、市场上进行调查所取得的物价信息, 能发表正确地物价指数统计。

以下参照附图, 详细说明本发明的实施例:

图 1 是本发明的系统结构的方框图

图 2 是图 1 的详细结构方框图

图 3 是说明本发明的各系统的功能的方框图

图 4 是说明本发明的各系统的实现功能的示例图

图 5 是本发明的系统注册主要画面的示例图

图 6 是本发明的管理员系统的周期结构图

图 7 是本发明客户系统的阶段结构图

图 8 是本发明监控系统的阶段结构图

以下参照附图 1 或 8, 详细说明本发明的优良实施例。

图 1 表示为实现本发明的整体系统的结构图。

图 1 中所示的图纸符号 1 表示管理者系统, 2 表示客户系统, 3 表示监控系统, 4 表示价格信息服务器, 5 表示传真/邮件(fax/mail)

系统, 6 表示 web 网服务器, 7 表示价格信息页面, 8 表示运营者浏览器, 9 表示顾客网络浏览器, 10 表示互联网。上述系统由计算机终端构成, 具有能连接互联网的通信装置。

管理者系统 1 是通过连接互联网使监控系统 3 和客户系统 2 接入网, 对监控系统 3 提供的价格信息进行确认登录, 向客户提供流通信息, 若客户系统 2 连接互联网进行注册, 则提供已存入的流通价格信息。

也就是说, 上述管理者系统 1 利用互联网通信进行连系, 对从监控系统 3 传送来的信息进行确认后将其登录存储到数据库 4 内, 该监控系统 3 以分布在全国各地区的大型百货商店为首的有名减价商店和便利商店、市场为调查对象, 每日 2 次以上收集和传送各地区各行业各类商品互不相同的消费者流通价格信息。

从上述监控系统 3 传送来的流通信息经确认后存储到数据库 4 内的时间是: 把截止时间 (任意设定) 设定在每天下午 2 点。所以, 必须在截止时间之前把信息传送来, 经确认后进行登录存储。如果在截止时间就要到达之前监控系统 3 仍尚未传送流通信息, 则用电话呼叫监控人员, 督促其传送信息。在接收信息并在截止时间之前经过确认后完成登录。

另一方面, 监控系统 3, 例如, 各地区知识能力强的人员是以大学肄业以上的高学历者为职工, 选拔出来后按 3 人 1 组进行编组, 用一定时间进行专业人员培训教育, 使其掌握按地区、行业 and 商品类别在市场上对消费者价格进行调查的方法以及用互联网来输入传送信息的方法等。只有受过该专业培训的人员才能担任专业监控员。

向被录用为专业监控员的人员赋予按该地区的行业 and 商品种类分别调查消费者价格的责任和任务, 同时赋予监控员 ID, 使其把调查的消费者价格的流通信息传送到通过互联网与自己的监控系统 3 相连接的管理者系统 1 内, 此时, 管理者系统 1 对连接登录流通信

息的监控系统 3 的 ID 和传送来的流通信息进行确认后将其登录存储到数据库内。

所以，上述管理者系统 1 和监控系统 3 表示收集和提供流通信息的公司。

其中，上述监控系统把分布在全国的以大型百货商店为首的有名减价商店和便利商店、市场为调查对象，划分地区范围，例如选择出各地区最受欢迎的两家商家“大荣（ダイエー）”和“伊托约卡多（イトヨカド）”作为比较对象商家，重点调查在这些商店中也是最受欢迎的商品，把调查到的价格信息传送到管理者系统 1 内。

但是，上述监控系统 3，各监控员的任务是按地区、行业和产品种类分别划分其业务内容的，并且，只要监控系统 3 的客户 ID 已被登录赋予，即使同一队内任何人都不能侵犯其他监控员的区域，代为进行监控。

所以，监控员必须能在自己承担责任和任务的地区内仅对自己负责的商品的消费者价格进行调查，向管理者系统 1 中传送和登录该信息，传送到上述监控系统 3 内的各地区各行业的价格信息被输入到管理者系统 1 的数据库 4 内，所以，管理者系统 1 通过运营者浏览器 8 对上述传送输入的内容进行检查，确认其无可疑处之后加以截止，将其登录到数据库内。

所以，客户从被设定为联机时间的当天下午 3 时起到截止时间止，可通过互联网 10 与管理者系统 1 相连接，索取自己所需的流通信息。这时的客户监控器 2 通过输入自己的 ID 即可提供已登录在数据库 4 内的各地区各行业、各类商品的价格信息，上述执行客户系统 2 如图 7 所示，通过互联网 10 与管理者系统 1 的数据库 4 相连接，通过在价格主画面 2a 上提供的顾客网浏览器 9 来选择菜单，即可执行。

客户系统 2 的更具体的说明，参照图 3、图 4、图 5、图 6、图

7, 对客户系统 2 的构成状态加以检查, 即可看出它具有以价格主画面 2a 为首的价格信息画面 2b 和该地区检索画面 2c。

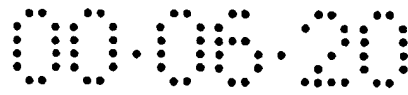
在价格主画面 2a 中除具有每天调查提供的每天价格比较信息外, 还具有: 每天价格分析信息、全国各) 地区 (任意设定) 的有名减价商店的信息、选定的流通商之间的价格比较分析表、以及按地区报告廉价商品品种数的各地区廉价品种数信息页面, 在价格信息画面 2b 中具有: 以商家类别选择信息页面为首的各地区信息选择、各商品信息选择、每天信息选择、例行活动信息选择、商店评价信息选择、产地批发信息选择、以及监控选择页面; 在该地区检索画面 2c 上具有: 以各流通商信息为首, 按地区、商品种类、每天检索信息和选定的生活必需品上所带的减价商店的平稳的 (统一条件的) 价格比较信息、相应产品的制造厂家的主页连接选择、最低价格显示功能、每克单价显示、对比较商品的信息显示、以及对例行活动的信息显示页面, 所以, 客户所希望的流通商品方面的商家间价格比较信息以及商品制造厂家的流通有关信息均可提供。上述执行监控系统 3 如图 3、图 4、图 8 所示, 以注册画面 3a 为首的动图像, 还有监控器输入画面 3b、以及每天价格输入画面 3c, 把监控员收集的流通价格信息传送到管理者系统 1 的数据库 4 内, 进行登录存储。

为此, 在上述执行监控系统 3 具有以监控器 ID 输入页面为首的监控器口令页面以及由相应 ID 和口令进行注册的页面; 在上述监控器输入画面 3b 上, 具有以相应每日选择页面为首的各地区、各商品、各流通商店页面; 并且, 在上述每日价格输入画面 3c 上具有以相应的每日选择页面为首的地区、商品、流通商店选择页面以及前一天、第二天的资料调用选择页面或输入指定商品价格的面面、各商家例行活动内容信息、最低价格显示页面; 监控员输入了自己的 ID 后, 对自己收集的流通价格信息按地区、日、商家分别进行整理, 将其登录存储到管理者系统 1 的数据库 4 内。

传送监控系统 3 的信息，向客户系统 2 提供价格信息的管理者系统 1 如图 6 所示，第 1 阶段具有监控员登录和监控员检索信息画面 1a，其中包括：监控员信息检索功能页面、商店检索功能页面和监控器登录、修改、删除页面。

第 2 阶段具有商店信息登录画面 1b，其中包括：商店自动 ID 付与页面、邮政编码检索功能页面和商店详细信息输入页面；并且第 3 阶段具有商店信息检索画面 1c，其中包括按商店 ID 的查询功能和商店名称查询功能和整体查询功能页面；第 4 阶段具有商品分类信息登记画面 1d；其中包括商品分类 ID 自动付与和商品分类信息输入页面；第 5 阶段具有商品分类信息检索画面 1e，其中包括商品分类 ID 整体查询和商品分类详细信息检索页面。

并且，第 6 阶段具有商品信息登录画面 1f，其中包括：商品分类 ID 自动付与和商品信息登录修改页面；第 7 阶段具有商品信息检索画面 1g，其中包括按 ID 分类检索商品信息和商品信息整体查询、商品信息修改连接页面；第 8 阶段具有例行活动信息登录画面 1h，其中包括相应商店检索和例行活动信息输入、例行活动广告传单连接页面；第 9 阶段具有例行活动信息检索画面 1i，其中包括按相应商店的检索和按例行活动的检索以及例行活动广告传单连接页面；第 10 阶段具有例行活动信息登录画面 1j，其中包括相应商店检索和例行活动信息输入以及例行活动广告传单连接页面；第 11 阶段具有输入价格检索画面 1k，其中包括监控输入价格信息查询、监控管理截止、各商店的商品、各地区的选择、项目、商品管理连接、管理者价格比较功能页面，第 12 阶段具有截止主画面 1l，其中包括管理者截止菜单、监控器输入现状、截止现状、各地区截止选择、按地区按日选择页面；第 13 阶段具有监控器输入现状画面 1m，其中包括按商店的监控器输入现状检索、相应监控器联络功能以及按地区/日的选择页面。



再有，第 14 阶段具有监控器截止现状画面 1o，其中包括按商店的截止现状检索和已截止的相应监控器检索功能、按地区/日的选择页面；第 15 阶段具有各地区监控器的截止画面 1p，其中包括按地区的截止处理和按地区/日的选择页面；第 16 阶段具有各商店商品输入画面 1q，其中包括各地区商店商品输入功能以及各地区各商店选择和地区商品选择、以及地区商店商品修正/删除功能页面；第 17 阶段具有各地区选定项目画面 1r，其中包括各地区选定项目输入功能和各地区各商店选择功能以及各地区选定商品修改/删除功能、以及选定项目顺序/指定序号输入页面；第 18 阶段在终端机内具有商店价格检索画面 1s，其中包括各地区各商店价格检索功能和各地区/商店选择、以及价格信息检查功能页面。

若对以上内容进行归纳说明，则如图 4 例所示，具有监控器管理、商店管理、商品分类管理、商品管理、例行活动管理、截止管理、价格管理页面。

所以，具有上述页面画面的管理者系统 1，对于通过互联网通信而连网的监控系统 3 所传送的全国各地区圈/各流通行业/各商品种类/各消费者价格/各制造业/例行活动信息/库存纪录等从流通市场产生的所有信息均进行确认登录，在日期截止后将其存储到数据库 4 内，当客户与互联网 10 通信相连接时，可以提供客户希望了解的全部信息，以下分阶段说明上述的本发明实施例。

第 1 阶段

[监控员录用]监控员的录用，考虑到其活动条件，尽可能招聘家住当地的人（尽可能是女的），也还要选用大学肄业以上的较高文化水平的人。

第 2 阶段

[监控员登录]对在第 1 阶段选用的监控员，分别确定其负责的地区、商家和商品，授与其使用监控系统 3 的 ID 号码，如图 2 例所

示登录到管理者系统 1 的监控员登录页面上。

第 3 阶段

[监控员培训]对于已授与 ID 的监控员，在一定期限内进行理论和现场经验等的实战培训，培训的内容是：负责收集有关信息的区域、商家和商品的消费者交易价格调查、以及在把调查收集的流通信息传送登录到管理者系统 1 内时必须具有的丰富知识和注意事项。

第 4 阶段

[监控员的工作现场分配] 对经过上述培训的监控员按 3 人 1 组进行编队，分派到相应的工作地区，指示各个监控员分别调查预定的商品种类的流通交易消费者价格，此项工作在该地区、该商家、该商品用监控员 ID 登录到管理者系统 1 的页面上之后进行。

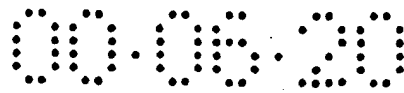
第 5 阶段

[各地区商家选定] 往各地区的商家分派监控员时，首先要选定在当地受消费者欢迎的大型百货商店、有名减价商店、便利商店、市场、制造企业等，然后按图 2 所示进行分类，登录到管理者系统 1 的页面上，在此状态下分派监控员。

例如，当选定作为‘东京’地区的调查对象的百货商店和减价商店时，把人们认为规模大受欢迎的“伊势丹百货店”和“西武百货店”选定为被调查商家；另一方面，减价商店，把规模最大而且受欢迎的“大荣”和“伊托约卡多”选定为消费者价格调查对象，对消费者流通价格进行调查。

第 6 阶段

[商品的消费者价格调查] 在上述已选定的百货店和减价店中调查消费者商品价格时，其调查内容包括登录分配给监控员的各地区的百货店和减价商店、便利商店及市场上受欢迎的各类商品，以及剩余的库存商品和生产供应该商品的企业名称，将其登录在相应的页面。



〔平稳的价格调查〕 调查消费者价格的商品是非常多的，对牛奶来说，以受消费者欢迎最畅销的“雪印牛乳”和“明治牛乳”为对象，调查消费者价格，以能够并列对比这两种牛奶价格的方式，传送登录在管理者系统 1 内。

〔制造公司的信息〕 对生产供应上述牛奶的“雪印牛乳”和“明治牛乳”一起进行输入，登录消费者价格比较表，提供该信息，以便由客户比较价格时能够很容易地理解哪家公司的哪种产品贵多少，便宜多少，容易分辨其价格差。

当客户想了解上述牛奶公司的其他产品、其他信息时，对作为自己的终端机的客户系统 2 的价格主页面 2a 进行注册，然后点击制造厂家的主页，提供其信息。

〔商品调查范围及信息输入〕 管理者系统 1 所提供的消费者价格信息还包括与上述商品完全不同的服装、电冰箱、汽车、空调机、电视机等各种商品，当把监控员所调查的消费者价格内容传送输入到管理者系统 1 内时，若不把自己的 ID 输入到监控系统 3 内，则不能连接管理者系统 1 的数据库 4，所以应当注意。

〔信息登录的补全〕 所以，监控员能在与管理者系统 1 相连接的状态下才能把自己调查的价格信息储存输入到数据库 4 内，对这样储存输入完毕的信息或新的价格信息，除了已了解按监控员分别登录赋予的 ID 的该监控员以及作为信息管理公司的管理者系统 1 外，其他任何人都不能进行更改或编造。

〔可比性的价格信息〕 进行上述价格调查的监控员，对于自己调查的商品中的其用量和规格等有差别的商品，有义务详细地标明内容物的重量/体积及每克或每毫克、每升、每公斤的单价，以便客户能按统一的条件来理解该商品的价格（即可比性价格），并将其传送登录到管理者系统 1 内，管理者系统 1 对上述传送来的信息确认有无异常后时间截止，从联机时间以后向连网的客户提供信息。

例如，对于 500 毫升的牛奶的 360 毫升的牛奶，若仅输入其价格，则不仅不能称之为价格调查，而且，事实上客户利用这种信息无法确认哪种产品贵，哪种便宜以及两者的价格差是多少。

上述价格调查对象地区和流通商、调查对象商品，是对全国各地区的百货店和减价店、便利商店、批发·零售市场整体、以及从流通中的象生食品和小而轻的铅笔等生活必需品到体积大而重的价格高的电冰箱和汽车，而且在监控员调查内容以外制造企业希望了解的不动产、船舶、飞机等流通交易的所有商品，其商品的价格和条件，可登录和提供广告和信息，关于百货店和流通商分别或特定进行的推销和展销等例行活动内容也要收集登录，提供信息，以便客户能够利用。

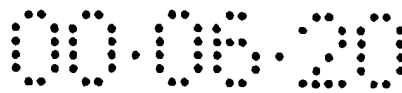
第 7 阶段

[客户系统]客户系统 2 表示欲从管理者系统 1 中获取信息的消费者，即连接互联网的客户。这时的客户系统 2 的结构大体上由价格主画面 2a、价格信息画面 2b 和该地区检索画面 2c 构成，在各个画面上如图 2 例所示具有详细划分的客户选择页面。

[管理者系统的注册] 上述已具有的客户系统 2，输入 ID，连接到与互联网相连接的管理者系统 1 上，把已登录在管理者系统 1 上的流通信息注册到顾客 web 网浏览器 9 画面上后，把已登录了所需信息的选择页面输出到画面上，提供出所需商品的消费者流通价格信息。

[选择页面]客户系统 2 一旦利用互联网通信与管理者系统 1 相连接，即可向客户系统 2 内输出如图 5 例所示的分别按登录日期、登录地点、登录企业、商品种类选择信息的初始画面。

在上述输出的初始画面的选择页面上如图 5 所示输出有关现在价格最低的商品种类数占有率最高的各企业和地区以及有关低价商品种类数的信息。



所以，客户可以首先在初始画面上看出现在廉价商品最多的有利企业，在此，为了提供其他商品的价格信息，在上述初始画面中出现的菜单中选择点击自己所需的页面。

一敲击上述页面，在客户系统 1 中就输出一种价格主画面 2a，如图 7 例所示，该画面具有表示按日的价格比较、按日的价格分析、按全国地方企业的价格比较分析、以及按地区的廉价商品种类数的选择页面。

另一方面，当另有客户要求的选择页面时，在上述价格主画面 2a 上敲击选择页面，这时，若点击全国地方减价店价格比较分析页面，则价格主页面 2a 被消掉，输出价格信息画面 2b。

在上述输出的价格信息画面 2b 上，如图 7 例所示，输出以下选择页面：按企业选择、按地区选择，按商品种类选择、按日选择、例行活动信息选择，企业评价选择、产地批发市场信息选择和监控选择。其中也有客户想要了解的信息时，若选择敲上述各个已登录存储的页面，则很容易正确地提供以下各种信息：现在分布在各地区的生意兴隆的百货店和有名减价店、便利店和市场上的所有消费者交易价格等流通信息以及企业间的商品入库和销售商品的库存现状，甚至哪个流通商的产地商品是新鲜的。

如上所述，本发明可提供以下各种效果：

对于分布在各地方各地区的生意兴隆的百货店和流通商等流通市场上所形成的消费者商品购买价格，由受过专业培训的专业监控员按 3 个 1 组在各地方各地区按照流通商和商品种类分别每天进行 2 次以上的正确调查，这样调查出的流通信息通过互联网能很容易地提供给客户，使客户（消费者）能从有利的企业廉价买到优质商品；

上述流通信息对流通行业很有帮助，因为能够获得其他流通商的与消费者价格有关的信息，所以该信息能反映在将其他企业的流通信息考虑后制定的销售战略中。

开展流通商之间的善意竞争，能降低市场流通物价，抑制物价上涨；

对政府来说，尽管仅仅依靠很少的互联网通信人员，也能提供由许多人每天同时在全国各地对百货店和减价店、便利店、市场上进行调查所取得的物价信息，能发表正确地物价指数统计。

说明书附图

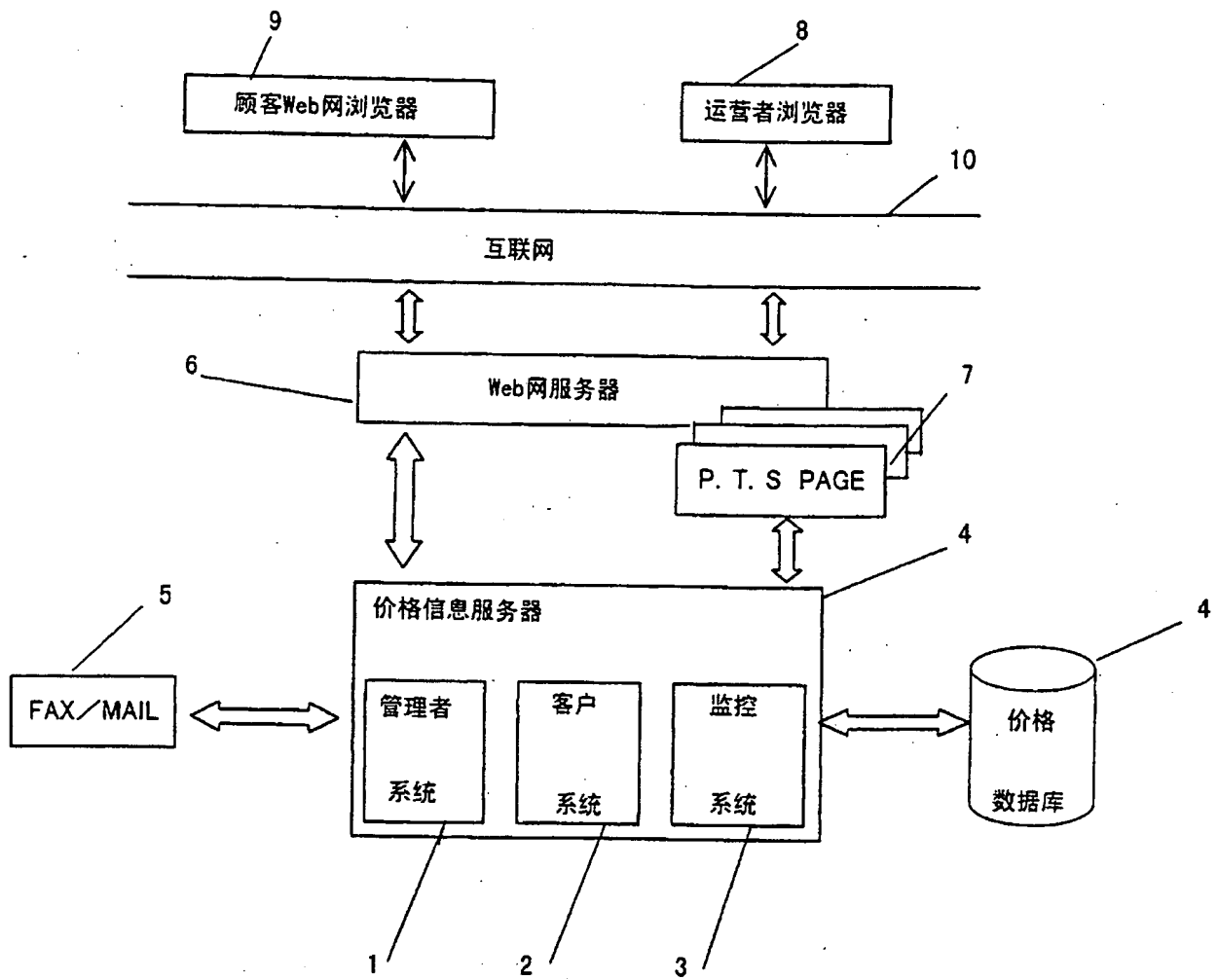


图1

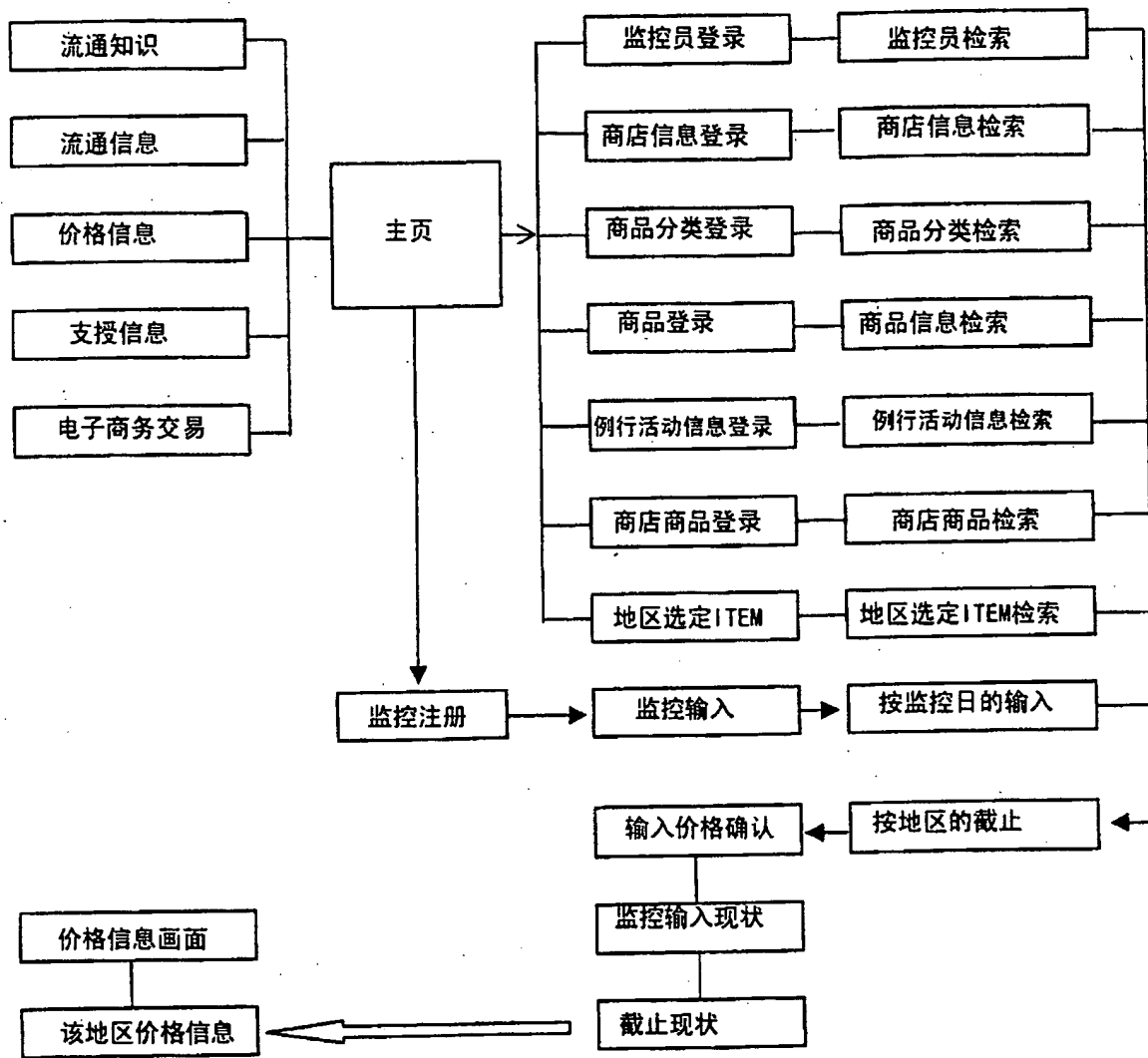


图2

00.05.20

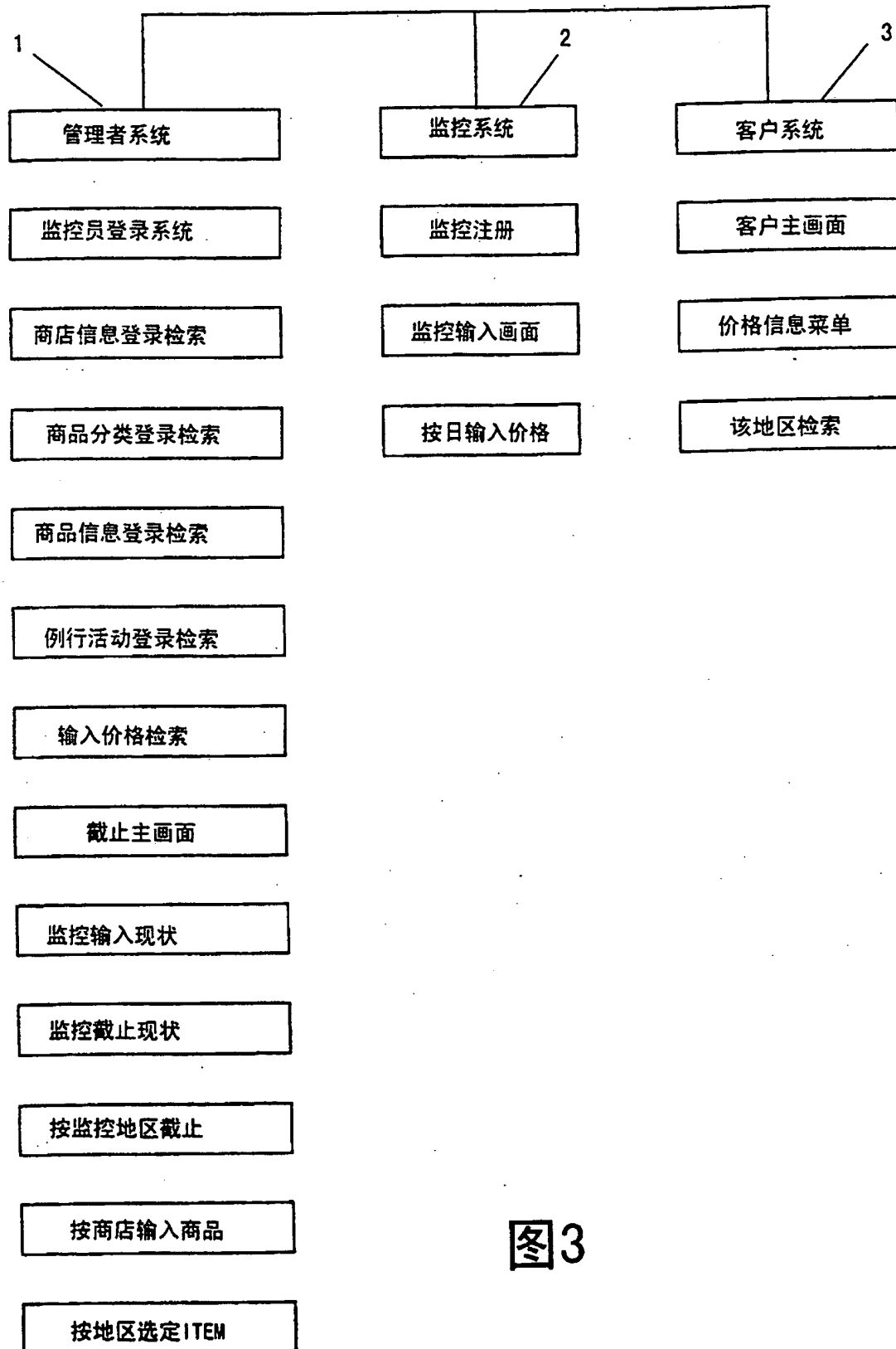


图3

00.05.20

分类		实现功能
管理者系统 1	监控管理	— 监控员信息输入 — 监控员信息修改和删除 — 监控员检索 — 监控员ID管理
	商店管理	— 商店登录、修改和删除 — 商店ID自动赋与 — 商店检索功能
	商品分类管理	— 商店登录、修改和删除 — 商店ID自动赋与 — 商店检索功能
	商品管理	— 商品信息登录、修改和删除 — 商品ID自动赋与 — 商品检索功能
	例行活动管理	— 例行活动信息登录、修改和删除 — 按商店的例行活动输入 — 例行活动信息检索功能
	截止管理	— 监控输入状况分析检索 — 监控截止现状 — 按监控地区的截止现状
	价格管理	— 按地区商店的商品输入 — 按地区的选定ITEM输入 — 按商品的最低价格显示和商品信息输入
监控系统 3	监控输入管理	— 按监控的注册 — 按监控的该ITEM检索，登录 — 前一天、后一天自动资料更新功能
客户系统 2	价格信息管理	— 按全地区减价店的最低价格分析信息 — 按地区减价店的最低价格显示、例行活动信息、商品信息 — 按日的查询

图4

00.05.20

3月10日价格比较、分析

区名	减价店名	廉价品种数
新宿	大荣	29
	伊托约卡多	17
池袋	大荣	36
	哈逻马托	12
涩谷	大荣	21
	东武商店	20

分类	实现功能
<u>2a</u> 主画面	—各日价格比较 —各日价格分析 —全国15个地区减价店价格比较分析 —各地区廉价品种数显示

图5

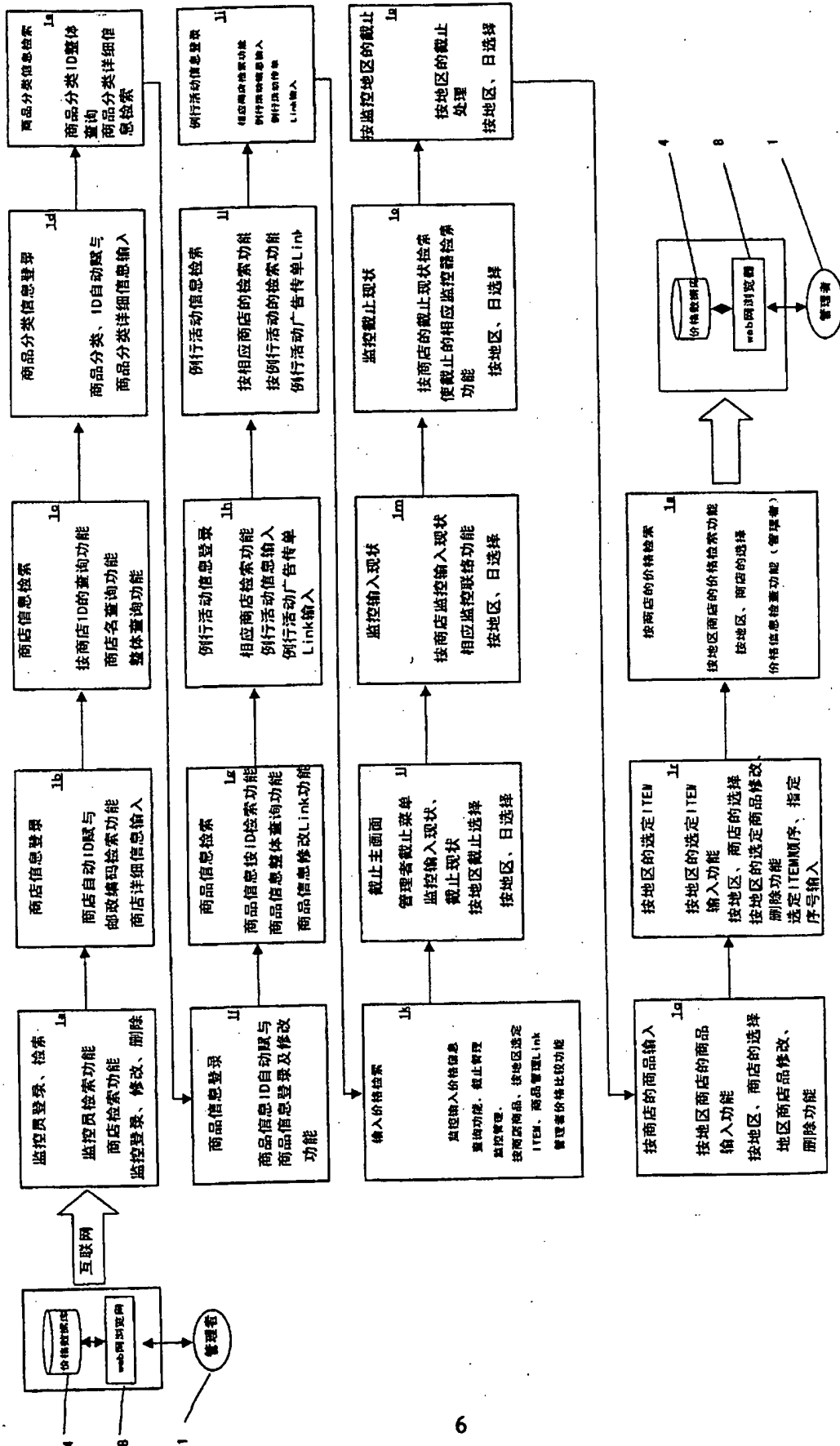


图6

